

Студијски програм: Економија и пословно управљање			
Назив предмета: Пословна стратегија			
Наставник/наставници: Марко С. Славковић, Јелена М. Ерић Нилсен			
Статус предмета: Обавезан на модулу Међународни менаџмент; Изборни на модулу Маркетинг			
Број ЕСПБ: 8			
Услов:			
<p>Циљ предмета је да се кроз конципирани садржај омогући студентима стицање теоријских и практичних знања о значају и улози пословне стратегије у савременим условима пословања. Примена одређене стратегије детерминише потенцијални ниво створене вредности због чега је важно утврдити начине мерења вредности, као и вредносни потенцијал изабране стратегије. Полазећи од тога да је успешна примена стратегије суштински битна за стварање вредности посебна пажња биће посвећена имплементацији стратегије односно превођењу планских одлука у акције, као и примерима успешних пословних стратегија.</p>			
<p>Исход предмета</p> <p>Изучавањем овог наставног предмета студенти стичу знања о могућим начинима креирања вредности кроз примену различитих пословних стратегија. Коришћењем концептуалног оквира стратегијског менаџмента и стратегијских алата студенти ће стећи знања о томе како формулисати и применити стратегију стварања вредности.</p> <p>Студенти ће стећи и усвојити знања о томе: 1) каква је улога пословне стратегије у стварању вредности; 2) како се може мерети вредност; 3) како формулисати стратегију стварања вредности у предузећу које је вођено стратегијом; 4) како обезбедити успешну примену стратегије стварања вредности; 5) како утицати на ниво створене вредности кроз стратегијско репозиционирање.</p>			
<p>Садржај предмета</p> <p><i>Теоријска настава</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Пословна стратегија и концепт менаџмента заснованог на вредности • Мерење вредности • Формулисања стратегије стварања вредности • Стратегије стварања вредности • Примена стратегије стварања вредности <p><i>Практична настава:</i> анализа студија случаја, презентације, индивидуални истраживачки рад, интерактивни тимски пројекат.</p>			
<p>Литература</p> <p><i>Основна литература:</i></p> <p>Милисављевић, М., (2017). <i>Стратегијски менаџмент: анализа, избор, промена</i>. Београд: Дата Статус.</p> <p>Каличанин, Ђ. (2006). <i>Менаџмент вредности предузећа</i>, Београд: Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду.</p> <p><i>Допунска литература:</i></p> <p>Kaplan, R. S. & Norton, D. P. (2001). <i>The strategy-focused organization: How balanced scorecard companies thrive in the new business environment</i>. Harvard Business Press.</p>			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 2	Практична настава: 2	
Методe извођења наставе: Настава ће се изводити уз активно учешће студената у дискусијама, индивидуалном и тимском раду. Студенти ће анализирати примере пословних стратегија кроз самосталан истраживачки рад, студију случаја и презентације.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава	10	усмени испит	30
колоквијум-и	30	
семинар-и	20		